

BEBERAPA VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN

MEMBELI SEPATU DAN SANDAL DI WEDORO

SIDOARJO

SKRIPSI



Oleh :

META AROZA WIDJAYANTI
0742010018

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2010**

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran	6
2.1.3 Konsep Pemasaran	7
2.1.4 Strategi Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.3 Pengertian Produk	13

2.3.1	Penggolongan Produk	14
2.3.2	Klasifikasi Produk	16
2.4	Pengertian Harga	19
2.4.1	Metode Penetapan Harga	20
2.4.2	Tujuan Penetapan Harga	22
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	23
2.5	Promosi	24
2.5.1	Pengertian Promosi	24
2.5.2	Fungsi Promosi	25
2.5.3	Tujuan Promosi	26
2.5.4	Bentuk-bentuk Promosi	27
2.6	Tempat / Distribusi	30
2.6.1	Pengertian Tempat / Distribusi	30
2.6.2	Fungsi-fungsi Distribusi	30
2.6.3	Macam-macam Saluran Distribusi	31
2.7	Keputusan Membeli	33
2.7.1	Pengertian Keputusan Membeli	33
2.7.2	Proses Keputusan Konsumen	34
2.7.3	Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	35
2.7.4	Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Membeli	36

2.8 Kerangka Berfikir	40
2.9 Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukurannya Variabel	42
3.1.1 Definisi Operasional	42
3.1.2 Pengukuran Variabel	44
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.5 Analisis Pengujian Asumsi Klasik	49
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.6.1 Teknik Analisis	51
3.6.2 Pengujian Hipotesis	52
3.6.2.1 Uji F	52
3.6.2.2 Uji t	53
3.6.2.3 Uji Dominan	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data	55
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1.1	Sejarah Singkat Industri Sandal di Daerah Wedoro Sidoarjo	55
4.1.1.2	Lokasi Industri Sanal	56
4.1.1.3	Tujuan Industri Sandal di Daerah Wedoro Sidoarjo	56
4.2	Penyajian Data	57
4.2.1	Karakteristik Responden	57
4.2.2	Deskripsi Variabel Produk	59
4.2.3	Deskripsi Variabel Harga	61
4.2.4	Deskripsi Variabel Promosi	61
4.2.5	Deskripsi Variabel Tempat / Distribusi	62
4.2.6	Deskripsi Variabel Terikat Keputusan Membeli	64
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.3.1	Uji Validitas	65
4.3.2	Uji Reliabilitas	67
4.4	Analisis dan Pembahasan	68
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	68
4.4.2	Analisis Statistik Regresi Linear Berganda	70

4.5 Pengujian Hipotesis	73
4.5.1 Pembuktian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas	
Secara Simultan	73
4.5.2 Pembuktian hipotesis pengaruh variabel bebas	
Secara Partial (t)	75
4.6 Pembahasan	81
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Produk (X1)	59
Tabel 5. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Harga (X2)	61
Tabel 6. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Promosi (X3)	62
Tabel 7. Hasil Jawaban responden untuk Pertanyaan Variabel Tempat (X4)	63
Tabel 8. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel (Y)	64
Tabel 9. Validitas Masing-masing Item Variabel bebas	66
Tabel 10. Validitas masing-masing Item Variabel Y.....	66
Tabel 11. Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 12. Uji Multikolinearitas	68
Tabel 13. Uji Heterokedastitas	69
Tabel 14. Uji Normalitas	70
Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	71
Tabel 16. Pengujian Hipotesis.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka berfikir	40
Gambar 1. Distribusi Kriteria Penerimaan / Penolakan Hipotesis secara Simultan atau Keseluruhan	74
Gambar 2. Kurva distribusi hasil analisis secara parsial faktor (X1) terhadap keputusan membeli (Y)	76
Gambar 3. Kurva distribusi hasil analisis parsial faktor harga (X2) terhadap keputusan membeli (Y)	77
Gambar 4. Kurva distribusi hasil analisis parsial promosi (X3) terhadap keputusan membeli (Y)	79
Gambar 5. Kurva distribusi hasil analisis secara parsial tempat (X4) terhadap keputusan membeli (Y)	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Rekapitulasi jawaban responden variabel X1, X2, X3, X4, dan Y
Lampiran 2.	Frequencies keputusan membeli (Y)
Lampiran 3.	Frequencies produk (X1)
Lampiran 4.	Frequencies harga (X2)
Lampiran 5.	Frequencies promosi (X3) dan tempat (X4)
Lampiran 6,7, 8	Uji Reliabilitas dan Validitas
Lampiran 9	hasil pengujian regresi
Lampiran 10	Koefisien X1, X2, X3, X4
Lampiran 11	Tabel Distribusi Nilai r
Lampiran 12	Tabel Distribusi t
Lampiran 13	Tabel Distribusi f

**▪ BEBERAPA VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI SEPATU DAN SANDAL DI WEDORO
SIDOARJO**

Oleh

**META AROZA WIDJAYANTI
0742010018**

ABSTRAKSI

Keberhasilan sebuah bisnis sepatu dan sandal yang ada di daerah wedoro sidoarjo, yaitu meningkatkan jumlah konsumen yang melakukan pembelian sepatu dan sandal di daerah wedoro sidoarjo, hal ini dikarenakan wedoro adalah tempat penjual sepatu dan sandal terlama di daerah sidoarjo. Maka pihak penjual sepatu dan sandal harus dapat melakukan pengamatan khususnya dengan produk, harga, promosi dan tempat yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi dan tempat secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan membeli dan diantara beberapa variabel tersebut faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan membeli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli sepatu dan sandal di wedoro sidoarjo. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pembeli sepatu dan sandal di daerah wedoro sidoarjo, sebanyak 97 orang pada pertengahan bulan Maret sampai April. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil hipotesis pertama yang digunakan yaitu terdapat pengaruh secara simultan produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan membeli dapat terbukti kebenarannya, hipotesis kedua yang diajukan yaitu terdapat pengaruh secara parsial produk, harga, promosi, dan tempat manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan membeli telah terbukti bahwa tempat adalah faktor yang paling dominan terhadap keputusan membeli.

Kata Kunci : Keputusan Membeli Sepatu Dan Sandal Di Wedoro Sidoarjo.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan Penelitian

Kondisi perekonomian di Indonesia pada saat ini masih dapat dikatakan kurang menguntungkan bagi usaha dagang untuk dapat berkembang dengan pesat, terutama untuk bisnis yang baru berdiri ataupun bisnis yang akan masuk ke dalam dunia bisnis yang lebih besar. Karena pada dasarnya setiap usaha itu didirikan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu bisnis dapat berkembang lebih maju dimaksudkan agar lebih baik dari sebelumnya dan mampu mencapai profitabilitas yang telah ditetapkan oleh bisnis dalam pencapaian laba dan pemasaran produknya kepada para konsumen.

Sesuai dengan perkembangan zaman, berbagai macam dan ragam bentuk dari pada bisnis sepatu dan sandal yang semakin tumbuh dan berkembang. Bisnis sepatu dan sandal merupakan salah satu jenis usaha komersil yang sangat dikenal oleh masyarakat sebagai tempat untuk membeli sepatu dan sandal dengan berbagai jenis produk dan harga.

1. Produk

Seiring dengan semakin banyaknya bisnis sepatu dan sandal, akan memberikan alternatif kepada konsumen untuk memilih sepatu dan sandal yang bagus guna untuk memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, banyak jenis sepatu dan sandal akan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif diantara bisnis yang sejenis.

Untuk dapat memposisikan bisnis sepatu dan sandal menjadi lebih unggul dari pesaingannya, dan bisnis sepatu dan sandal dapat terus hidup ditengah ketatnya persaingan bidang usaha sepatu dan sandal yang sejenis, maka bisnis sepatu dan sandal harus dapat menciptakan produk yang bagus agar konsumen bisa tertarik untuk membeli.

Pada prinsipnya bisnis sepatu dan sandal ingin berkembang dan maju. Salah satu cara utama bisnis sepatu dan sandal membedakan dirinya sendiri adalah dengan konsisten dalam kesesuaian produk, harga, promosi dan tempat yang lebih baik dari para pesaingnya.

2. Harga

Produk, harga, promosi dan tempat memang harus diperhatikan dalam bisnis sepatu dan sandal, karena berbicara mengenai produk biasanya konsumen akan memilih sepatu dan sandal yang harganya memadai yaitu sesuai dengan kondisi perekonomian konsumen, karena konsumen sering memperhatikan produk yang cukup baik dan harga yang ditawarkan relatif lebih murah. Tempat yang strategis dan cara promosi yang tepat juga mampu menarik pelanggan yang lebih banyak dari pada para pesaingnya.

3. Promosi

Untuk mengetahui keberhasilan sebuah bisnis sepatu dan sandal dalam pencapaian tujuan yaitu dengan menciptakan kepuasan yang lebih kepada para konsumennya. Maka pihak bisnis sepatu dan sandal harus dapat terus melakukan pengamatan khususnya yang berhubungan dengan produk, tempat dan cara promosinya. Perilaku konsumen ini membawa pengaruh terhadap keputusan

dalam membeli sepatu dan sandal. Untuk memahami keputusan membeli sepatu dan sandal tersebut perlu diperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dengan tingkat keputusan membeli yaitu faktor produk, harga, promosi dan tempat yang disediakan bisnis sepatu dan sandal yang semuanya harus sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Tempat

Wedoro adalah tempat bisnis sepatu dan sandal yang sudah lama di Sidoarjo. Meskipun telah banyak bermunculan pesaing – pesaing yang sama bidangnya, Wedoro ini tetap dapat eksis di mata masyarakat / konsumen. Karena pada bisnis sepatu dan sandal di Wedoro ini masih eksis meskipun banyak toko – toko, mall dan sebagainya yang menjual sepatu dan sandal, dan Wedoro masih ramai dikunjungi oleh para pembeli yang ingin membeli sepatu dan sandal di sini

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tidak bisa terlepas dari kegiatan pemasaran, maka produk, harga, promosi dan tempat saling mendukung satu dengan yang lain atau dengan kata lain manajemen harus berusaha agar produk, harga, promosi dan tempat dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan untuk itu seorang manajer pemasaran dituntut untuk lebih berhati - hati dalam mengantisipasi permasalahan, serta kendala yang mungkin timbul dalam pemasaran.

Hal ini mendorong penulis untuk membuat judul dalam penelitian ini mengenai “Beberapa Variabel yang Berpengaruh terhadap Keputusan Membeli Sepatu dan Sandal di Wedoro Sidoarjo “.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan membeli ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan membeli ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat secara simultan terhadap keputusan membeli sepatu dan sandal di Wedoro Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat secara parsial terhadap keputusan membeli sepatu dan sandal di Wedoro Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Memberikan bukti secara empiris mengenai faktor – faktor yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran khususnya teori dalam pengambilan keputusan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.